

### *Кластери у подієвому туризмі*

Одним зі способів вирішення питання сезонності є подієвий туризм, його інноваційність сприяє підвищенню попиту. З кожним роком інтерес до подієвих турів зростає, що зі свого боку сприяє необхідності модернізації інфраструктури, моніторингу туристичного попиту та чинників, які впливають на нього, підготовку спеціалістів сфери обслуговування для роботи зі споживачами під час проведення подій та залучення фінансових ресурсів для просування, реалізації і розвитку подієвих турів. Розвиток подієвого туризму в Україні сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристопотоків.

Глобалізація міжнародного туризму сприяє постійному зростанню конкуренції між популярними DESTINATION та пошуку елементів оптимальної пропозиції на туристичному ринку. Тому подієвий туризм виступає як значний елемент розвитку туристичних локацій, залучення споживачів, пошуку інвестицій та покращення рівня економіки.

Вивчення подієвого туризму буде доцільно почати з підходів до його визначення. У світовій практиці використовують визначення «event tourism» (від англ. event – подія або спеціалізований захід). В українській мові використовують такі варіанти як «подієвий туризм» та «івент-туризм».

Подієвий туризм орієнтований на проведення широкомасштабних заходів, які у свою чергу створюють позитивний імідж місцю проведення та забезпечують промоцію на локальному, регіональному та міжнародному рівнях. При відсутності у місті історико-культурного, природного чи інфраструктурного потенціалу, подієвий туризм сприяє альтернативному розвитку туристичного регіону.

З точки зору організації подієвого туризму, останній розглядається як «систематичне планування, розробка та маркетинг спеціальних заходів, які

виступають каталізатором розвитку інфраструктури, економічного зростання і туристичних потоків, формування позитивного іміджу». Іншими словами, як відзначає Дональд Гетц, подієвий туризм спрямований на повну експлуатацію можливостей події у цілях досягнення розвитку туризму в приймаючих спільнотах.

Подія є одним із значних факторів залучення до туризму і займає головне місце у проектуванні туристичних пакетів та стимулюванні продажів багатьох туристичних напрямків. Розробка та формування подієвих турів розпочалась лише кілька десятиків років тому і була зумовлена зростанням попиту споживачів на нові враження від таких подій як фестивалі, карнавали, спортивні змагання тощо. Індустрія подієвого туризму є галуззю, яка динамічно розвивається в наш час і створює значну кількість робочих місць. Крім того, події мають інше важливе значення – культурний розвиток, зміцнення національних та релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок.

Наразі спеціалісти туристичної сфери працюють над великою кількістю проблем пов'язаних безпосередньо з подієвим туризмом, його організацією та просуванням, та намагаються знайти відповіді на такі актуальні питання як:

- найбільш ефективно використовувати події для отримання максимально високого прибутку;
- чи здатні події локального масштабу повернути усі вкладені в них інвестиції;
- як довго певні види подій зможуть тримати увагу публіки та збирати велику кількість споживачів;
- які ризики можуть бути пов'язані з проведенням подієвих турів; як зберегти навколишнє середовище від масового напливу туристів тощо.

Таким чином подієвий туризм виконує функції формування позитивного іміджу регіону, залучення більшої кількості туристів.